

ABSTRAK

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN BOLA LAMPU PHILLIPSDI ASRAMA
HUBDAM I/BB KELURAHAN
CINTA DAMAI MEDAN**

Oleh:

Nama: Endy Cipta Ramadhan

NPM : 10.832.0045

Pentingnya menjaga loyalitas konsumen terhadap produk yang di hasilkan oleh perusahaan bola lampu philips, merupakan faktor utama dalam menjaga eksistensi perusahaan. Oleh karna itu dengan penurunan kualitas produk dan tidak tepatnya penetapan strategi harga merupakan faktor yang sangat mempengaruhi loyalitas konsumen tersebut. Berdasarkan hal ini, maka pihak manajemen philips harus mampu memenuhi harapan konsumen dan mempunyai nilai produk yang lebih dibandingkan para pesaingnya. Sehingga produsen perlu memperhatikan faktor kualitas dan harga yang memiliki pengaruh penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk yang di hasilkan, dimana perusahaan bola lampu philips harus lebih berinovasi terhadap kualitas dan menetapkan harga yang terjangkau agar dapat mempertahankan loyalitas konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen bola lampu phillips di Asrama Hubdam I/BB kelurahan Cinta Damai Medan, dan yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pengguna bola lampu philips yang berjumlah 67 orang.

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah asosiatif, dengan Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Penelitian Kepustakaan dan Penelitian Lapangan dengan cara Pengamatan ,Wawancara, dan Kuesioner.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji nilai t_{hitung} harga sebesar 2,216 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,669 begitu juga dengan nilai t_{hitung} kualitas produk sebesar 5,328 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,669. Berdasarkan hasil tersebut maka variabel harga dan kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan hasil uji F Nilai F_{hitung} sebesar 30,594 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,18 dengan tingkat sig $0,000 < \alpha_{0,05}$, hal ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen. Nilai Asjusted R Square yang diperoleh sebesar sebesar 0,673, berdasarkan hasil tersebut maka ntuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara menghitung koefisien determinasi $(KD) = R^2 \times 100\%$, sehingga diperoleh $KD = 67,3\%$. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 67,3% loyalitas konsumen (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas produk. Sisanya sebesar 32,7 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini..

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen